

<b>Studiju kursa nosaukums</b>		<b>KLIENTU ATTIECĪBU PĀRVALDĪBA</b>	
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)	3	Apjoms (stundās)	80
Priekšzināšanas	Profesionāla klientu apkalpošana, Vadzinības		
Zinātņu nozare	Uzņēmējdarbība		
Zinātņu apakšnozare	Tirgzinības		
<b>Akadēmisko stundu kopsavilkums</b>		<b>Apjoms (akadēmiskās stundas)</b>	
Tālmācības nodarbības		40	
Kontaktstundas / video lekcijas		8	
Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi		13	
Patstāvīgie darbi/attālinātās diskusijas		16	
Eksāmena/Ieskaites darbs		3	
<b>1. līmeņa profesionālās studiju programmas</b>	Profesionāla biroja vadība un klientu apkalpošana		
<b>Studiju kursa autors(i)</b>	Mg.psych. Jana Roze		
<b>Studiju kursa pasniedzējs(i)</b>	Mg.paed. Jānis Stabiņš		
<b>Studiju kursa mērķis:</b>	Studiju kursa ietvaros studenti iegūst zināšanas par klientu attiecību vadīšanas būtību un lietojumu uzņēmumā, uz klientu orientētas pieejas nozīmi organizācijā. Iegūst zināšanas par organizācijas kultūras lomu klientu lojalitātes veidošanā un noturēšanā. Pārzina un izprot klientu vadības tehnoloģiju, datorprogrammatūras un sistēmu variācijas, tajās pieejamo CRM funkciju klāstu un lietojuma specifiku.		
<b>Prasības kredītpunktu iegūšanai (kurša novērtējuma struktūra):</b>	Gala vērtējums tiek aprēķināts: Moodle diskusija/patstāvīgie darbi – <u>50</u> % Eksāmens – <u>50</u> %  <i>Lai izliktu gala vērtējumu, abās aktivitātēs jāuzrāda sekmīgs vērtējums – ne zemāks kā 4 balles.</i> <i>Gala vērtējums ir vidējā atzīme 10 baļļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam.</i>		
<b>Studiju rezultāti</b>			
1. <i>Zināšanas:</i> 1.1. Studējošie izprot klientu attiecību vadības būtību, teorētiskos un empīriskos aspektus. 1.2. Studējošie pārzina un izprot dažādu klientu attiecību vadības metožu tehnoloģiskos risinājumus. 2. <i>Prasmes:</i> 2.1. Studējošie izvēlas un sekmīgi pielietot klientu attiecību vadības metodiku. 2.2. Studējošie argumentēti izskaidro un diskutē par aktuālām klientu attiecību vadības problēmām uzņēmumā. 3. <i>Kompetence:</i> 3.1. Studējošie formulē un kritiski analizē problēmas klientu attiecību vadības jomā.			
<b>Studiju kursa saturs</b>			

N.p.k.	Temati	Kontaktstundas / video, audio nodarbības	Tālmācības nodarbības	Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi	Patstāvīgie darbi/ attālinātās diskusijas	Eksāmens
1.	Ievads klientu attiecību pārvaldībā	8	40	14	16	2
2.	Uz klientu fokusētas biznesa stratēģijas būtība					
3.	Organizācijas kultūra kā būtisks klientu attiecību vadības elements					
4.	Klientu attiecību pārvaldības standarts. Klientu attiecību vadības funkcijas, uzdevumi, process					
5.	Klientu attiecību vadības ieviešanas process					
6.	Klientu atgriezeniskā saites nozīme un iegūšanas metodes					
7.	CRM datorprogrammatūru, datorprogrammatūru, sistēmu lietojums klientu attiecību vadībā					
8.	Ieskats CRM tehnoloģisko risinājumu pieejamā klāstā Latvijas uzņēmējdarbības vidē					
<b>KOPĀ:</b>		8	40	14	16	2
<b>80</b>						

**Apgūstot studiju kursu un sekmīgi nokārtojot pārbaudījumus, studējošais spēj** (*zināšanas, prasmes un kompetences*)

Studiju rezultāti:	Novērtēšanas kritēriji		
	(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)
<b>Zināšanas</b>	nosaukt un atpazīt terminus, faktoros	definēt un atpazīt terminoloģiju	izprast un piedāvāt situācijas efektīvu risinājumu

<b>Prasmes</b>	lietot un pamatot terminu pielietojumu	pārbaudīt un analizēt teorijas pielietojumu praksē	sintezēt, modelēt un diskutēt par reālām problēmsituācijām klientu attiecību pārvaldībā
<b>Kompetences</b>	atbildība, iniciatīva un radošums novērtējot reālas situācijas klientu apkalpošanā	lēmumu pieņemšana, kritiskā domāšana reālās problēmsituācijās, prezentācijas prasmes piedāvājot risinājumus konkrētām situācijām	organizēšanas un plānošanas prasmes un pašdisciplīna risinot dažādas sarežģītības jautājumus un pieņemt pamatotus lēmumus

**Iegūto studiju rezultātu apliecinājums**

Novērtēšanas metode	Studiju rezultāti	1.	2.	3.
	Attālinātā diskusija		x	x
Eksāmens		x	x	x

**Pamatliteratūra**

1.	Han J., Head T. Customer Relationship and Customer Experience Management. World Technology Ltd. 2014.
2.	Liniņa I. Kā piesaistīt un noturēt pircēju. Rīga: BA "Turība", 2018.

**Papildliteratūra**

1.	Fisks, P., Klientu apkalpošanas ģēnijs. Rīga: SIA "Lietišķais informācijas dienests", 2010. 350 lpp. 2.
2.	Frīmentls, D., Aktīvā klientu apkalpošana. – R.: Zvaigzne, 2006. 127lpp.
3.	Heppell, M., Piecvaigžņu serviss ar minimāliem ieguldījumiem. Rīga: Zvaigzne, 2010.
4.	Leiks, N., Hekī, K., Klientu apkalpošanas rokasgrāmata. – R.: SIA "Lietišķās informācijas dienests", 2005.